



**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ**

Аннотация образовательной программы

РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки и шифр	Реклама и связи с общественностью 42.04.01
Присваиваемая квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная
Целевая аудитория	Программа предназначена для будущих руководителей департаментов и отделов рекламных и коммуникационных агентств, а также руководителей структурных подразделений коммерческих и некоммерческих организаций, управленцев, стремящихся эффективно руководить коллективом для решения комплекса задач по формированию имиджа бренда и коммуникационному сопровождению маркетинговой и рекламной деятельности
Цели образовательной программы	Цель программы – сформировать управленческие навыки руководства структурным подразделением, ориентированным на организацию и проведение рекламных кампаний и коммуникационных мероприятий. Магистранты и выпускники учатся планировать проведение коммуникационных кампаний, рекламных мероприятий с учетом бизнес-задач и маркетинговых целей; организовывать работу профильного отдела или департамента при разработке рекламных кампаний для формирования имиджа бренда и увеличения объема продаж; продюсировать организацию PR-мероприятий и спецпроектов в цифровых медиа для привлечения целевой аудитории. Для достижения этой цели изучаются профильные дисциплины: современные тренды рекламной индустрии, стратегии конкуренции, коммуникационный менеджмент, дизайн потребительского опыта, компетенции руководителя рекламного агентства, а также блок специализированных предметов по выбору. Базой для получения профессии является изучение современных тенденций развития экономики и управления, информационно-аналитических систем, стратегического анализа и управления развитием организации, проектирования нового бизнеса.
Руководитель программы	Василий Сергеевич Старостин, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью

Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы

- Ориентация программы на занятие должности руководителя отдела рекламы и маркетинговых коммуникаций, а также руководящей позиции в коммуникационном агентстве
- Привлечение представителей профессионального сообщества для преподавания на программе и проведения мастер-классов и открытых лекций спикеров компаний Coca-Cola HBC Eurasia, Publicis Groupe, Яндекс, АКАР и др.
- Подготовка выпускных квалификационных работ по материалам компаний, в которых работают (планируют работать) магистры, что способствует их карьерному росту непосредственно в процессе обучения
- Программы охватывают прикладную область рекламы и связей с общественностью, поэтому мы стремимся вовлекать слушателей в выполнение специальных проектов в рамках профильных учебных дисциплин
- Значительная часть преподавателей профессионального блока являются действующими практиками, занимая позиции топ-менеджеров в отечественных и зарубежных компаниях

Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе

- Образовательная программа структурирована по модульному принципу, охватывающему ключевой функционал руководителя коммуникационной и/или рекламной службы компании или агентства. При успешном освоении модулей выпускник может организовывать, планировать и контролировать работу менеджера по рекламе, PR-менеджера, копирайтера, креатора, стратега, планировать и реализовывать интегрированные рекламные и коммуникационные проекты
- Разработка рекламных, коммуникационных и PR-проектов производится на примере конкретных продуктовых рынков и для действующих российских и зарубежных компаний
- Использование интерактивных платформ выполнения проектов Miro и Vasemap
- В ходе обучения формируется персональное портфолио студента

Деловые партнеры

- Профессиональные ассоциации: Ассоциация коммуникационных агентств России; Международная федерация управленческих ассоциаций стран Восточной Азии (IFEAMA, Токио); рекламные холдинги BBDO Group, E:mg, Publicis Groupe; маркетинговые агентства «СканМаркет», RealWeb; концерны Coca-Cola HBC Eurasia, Unilever, Audi, Subaru, Яндекс и др.

Профессиональные дисциплины

Развитие навыков использования цифровых технологий в деятельности отдела рекламы и PR:

- Цифровые маркетинговые стратегии
- Организация работы digital-агентства
- Управление спецпроектами в цифровой среде
- Цифровые технологии постпродажного сопровождения

Освоение моделей и технологий стратегического управления коммуникационной и рекламной деятельностью компании:

- Коммуникационный менеджмент
- Современные тренды медиакоммуникаций
- Коммуникационные стратегии международных компаний
- Планирование бренд-коммуникаций

- Управление портфелем бренда
- GR-менеджмент для коммуникационных агентств

Опыт внедрения рекламных и медийных технологий в отраслях и сферах деятельности

- Управление спецпроектами в цифровой среде
- Менеджмент бренд-коллабораций
- Интерактивные коммуникации в ритейле
- Управление маркетинговыми коммуникациями автодилера

Базовая управленческая подготовка руководителя отдела рекламы и связей с общественностью:

- Современные тенденции развития экономики и управления
- Гибкие технологии управления
- Стратегический анализ и управление развитием организации
- Проектирование бизнеса
- Аналитическое сопровождение рекламных кампаний

Основы личного развития и профессионального общения руководителя:

- Управление взаимодействием с клиентом
- Компетенции руководителя рекламного агентства
- Иностраный язык делового общения и профессионального общения

Трудоустройство выпускников

- АКАР
- Zenith Optimedia
- Транснациональный рекламный холдинг Publicis
- ВЦИОМ
- МА «Сканмаркет»
- Текарт
- RealWeb
- Газпром Медиа
- Рекламный холдинг BBDO Group
- Группа рекламных компаний ACG
- Рекламное агентство E:MG
- ИТАР ТАСС
- ИД «Коммерсантъ»
- Coca-Cola HBC Eurasia
- Концерн Audi
- Концерн Subaru
- Концерн Mercedes
- Unilever
- Яндекс
- Мегафон
- Вымпелком (Билайн)